

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman sekarang, banyaknya industri yang mengalami kemajuan dan kemunduran. Tetapi terdapat salah satu industri yang tidak berdampak signifikan, yaitu industri makanan. Menurut Adiyanto (2020) salah satu bisnis yang selalu berkembang pesat adalah bisnis di bidang industri makanan. Kini, industri makanan tidak hanya terfokus untuk mengenyangkan melainkan mengikuti arah perkembangan gaya hidup yang sehat dengan menciptakan produk makanan yang sehat dan bergizi. Para pelaku industri makanan dituntut untuk kreatif serta memberikan inovatif pada produk makanan yang ditawarkan agar mampu bersaing dengan produk makanan merek lain. Sedangkan menurut Putri (2019) industri makanan berkembang pesat, karena sebagian besar masyarakat sangat menyukai makanan.

Banyaknya restoran sushi yang tersebar di seluruh Indonesia. Beberapa diantara menjual sushi dengan harga yang terjangkau untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Walaupun menawarkan sushi dengan harga yang terjangkau, beberapa nama tempat sushi ini menjadi sushi terbaik di Indonesia. Berikut merupakan tabel nama restoran sushi yang memiliki harga terjangkau dan terbaik sehingga menjadi salah satu tujuan kuliner para wisatawan asing dan para pecinta *Japanese food*, berbagai jenis menu sushi dan variasi harga disetiap menu sushi.

Tabel 1. 1 Nama Restoran Sushi Terjangkau dan Terbaik di Indonesia

No	Nama Restoran Sushi	Lokasi
1.	Tom Sushi	Depok, Bandung, Semarang, dan Medan
2.	Sushi Go	Yogyakarta, Tangerang, Jakarta, Bekasi, Surabaya, dan Bogor.
3.	Sushi-Me	Kemanggisan, Pamulang, Meruya, dan Cipete
4.	Satoru	Jakarta
5.	Sushimas	Kampung Tengah, Gading Serpong, Bekasi, dan Depok
6.	Sushi Mentai Indonesia	Gading Serpong, Bintaro, dan Alam Sutra
7.	Shimura	Bintaro, SCBD, Kelapa Gading, dan Tebet

Sumber: DetikFood.com (2022)

Menurut DetikFood.com (2022) terdapat beberapa nama tempat makan sushi yang semua kalangan dapat kunjungi. Restoran sushi dengan harga terjangkau pada tabel diatas tersebar di sebagian wilayah di Indonesia. Memiliki konsep yang hampir sama, tetapi

memberikan pengalaman makan sushi yang berbeda dari masing-masing tempat. Restoran sushi terbaik ini menawarkan menu sushi mulai dari harga Rp 10.000an.

Banyak penggemar *Japanese Food* baik kalangan muda maupun orang tua memilih tempat ini untuk berkumpul bersama kerabat dan keluarga dengan menikmati cita rasa dan kenyamanan tempat serta menjadikan konsumen puas dengan kualitas yang disajikan oleh restoran sushi. Menurut Noer *et al.* (2013) dalam Rajeba (2023) konsumsi makanan cepat saji atau *Japanese Food* sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Setiap restoran sushi memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri dengan suasana restoran yang dibuat dengan konsep sedemikian rupa berbeda dengan restoran-restoran lainnya. Hal ini yang memberikan kesan tersendiri pada konsumen yang masuk ke dalam restoran tersebut.

Persaingan bukan hal yang asing dalam dunia bisnis. Menurut Chalil *et al.* (2020) citra merek yang kuat dapat menciptakan pesan pada suatu perusahaan tertentu dibandingkan merek pesaing. Perusahaan harus terus membangun citra merek mereka agar dikenali oleh masyarakat. Perusahaan juga harus memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen daripada pesaingnya agar dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai lebih tinggi, mutu lebih baik, harga yang lebih murah, dan fasilitas yang memadai akan mampu membangun loyalitas merek.



Gambar 1. 1 Tampilan Produk Sushi Go
Sumber: Hirogroup.co.id (2024)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan objek Sushi Go untuk meneliti pengaruh dari setiap variabel. Menurut Hirogroup.co.id (2024) Sushi Go merupakan salah satu kuliner asal Jepang yang masuk ke Indonesia dengan menyediakan makanan bergaya Jepang, seperti

sushi. Sushi Go telah membuka gerai di beberapa kota di Indonesia, seperti Yogyakarta, Tangerang, Jakarta, Bekasi, Surabaya, dan Bogor. Sushi Go menjadi kuliner yang paling diminati oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara karena Sushi Go ingin memberikan pengalaman bersantap yang luar biasa bagi semua orang. Dengan berfokus pada menu sushi, Sushi Go berhasil menarik berbagai pengunjung untuk menikmati produk dengan pengalaman yang berbeda dengan yang lainnya. Sushi Go menawarkan satu harga untuk aneka varian sushi. Gerai Sushi Go di desain dengan sangat menarik, cukup besar dan nyaman. Dengan didominasi warna kuning terang, pengunjung dapat mudah mengenali merek Sushi Go. Sushi Go menawarkan pengalaman makan yang berbeda dengan menyediakan sushi *fresh* yang sudah disiapkan dan ditutup agar tetap segar kemudian ditaruh di *conveyour belt* yang akan mengelilingi seluruh meja yang berada di Sushi Go dan pengunjung hanya perlu mengambil sushi yang diinginkan saja. Bagi pengunjung yang tidak menyukai menu sushi, Sushi Go juga menawarkan menu lainnya, seperti agenmono, chirashi, donburi, dan mie. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Sushi Go untuk melihat sejauh mana pengaruh citra merek dan kualitas layanan yang diberikan terhadap loyalitas merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini akan membantu pihak perusahaan untuk meningkatkan minat pengunjung dalam berkunjung ke Sushi Go.

Pada kehidupan bisnis yang sangat kompetitif, peran citra merek dan kualitas layanan dalam membentuk loyalitas pelanggan menjadi sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Cretu dan Brodie (2007) citra merek merupakan suatu gambaran merek dalam benak konsumen yang dihubungkan dengan penawaran kepada setiap calon pelanggan atau pelanggan yang akan membeli suatu produk. Citra merek sebagai representasi identitas dari suatu merek di mata konsumen, memiliki pengaruh yang dapat berdampak terhadap persepsi pelanggan kepada produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu merek. Citra merek yang kuat akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek tersebut.

Tetapi, tidak menutup kemungkinan kualitas layanan juga memainkan sebuah peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Menurut Sing *et al.* (2014) Kualitas layanan merupakan suatu komponen penting dalam membangun hubungan antara pebisnis dan pembeli. Kebanyakan pelanggan cenderung lebih setia terhadap merek yang dapat memberikan layanan yang tinggi kepada pelanggannya baik itu respon yang cepat, ketepatan, dan kepuasan dalam berinteraksi dengan perusahaan.

Namun, untuk memahami citra merek dan kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan perlu adanya faktor yang dapat memediasi. Faktor yang dimaksud adalah kepuasan pelanggan. Menurut Hossain dan Dwivedi (2015) Kepuasan pelanggan adalah sebuah variabel yang dapat dipresentasikan sebagai sebuah skala mulai dari “tidak puas sama sekali” hingga “sangat puas sekali”. Kepuasan pelanggan sebagai bukti nyata bahwa adanya interaksi langsung antara merek dengan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan dapat menjadi jembatan untuk menghubungkan antara citra merek dan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.

Menurut Lee *et al.* (2015) Loyalitas merek merupakan suatu komponen penting bagi pelanggan dalam membeli produk atau layanan yang disukai secara berulang-ulang. Loyalitas merek mempengaruhi pelanggan untuk mengarahkan pelanggan kepada suatu merek untuk terus membeli, merekomendasikan, dan tetap menggunakan suatu merek dari waktu ke waktu. Loyalitas merek juga menjadi inti dari apa yang membuat suatu bisnis tetap hidup. Hal ini menyebabkan penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih dalam pengaruh citra merek, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka penulis ingin hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas merek Sushi Go dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek mempengaruhi Loyalitas Merek ?
2. Apakah Kualitas Layanan mempengaruhi Loyalitas Merek ?
3. Apakah Citra Merek mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ?
4. Apakah Kualitas Layanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Merek ?
6. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek ?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Sushi Go.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Sushi Go.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sushi Go.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sushi Go.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek Sushi Go.
6. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Sushi Go dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Sushi Go dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan dampak serta manfaat terkhusus kepada:

1. Bagi Perusahaan

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dan informasi tambahan terkhusus pada perusahaan terkait dengan mengetahui hubungan antara citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek pada Sushi Go.

2. Bagi Akademisi

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik tentang perkembangan perusahaan terkait di bidang makanan, yaitu melalui citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek pada Sushi Go.

3. Bagi Peneliti

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran mengenai hubungan antara citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek pada Sushi Go.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisi latar belakang masalah yang menjelaskan tentang hubungan pada setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini dan menjadi alasan penelitian ini untuk dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisi landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Pada Bab 2, memaparkan mengenai penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis sebagai acuan dan jawaban sementara atas penelitian yang akan dilakukan dan kerangka penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, berisi penjelasan mengenai metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode analisis data yang terdiri dari jenis, tempat, dan waktu penelitian; objek dan subjek penelitian; populasi dan sampel; metode pengumpulan data; teknik pengumpulan data; pengukuran variabel; definisi operasional; dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi hasil dari analisis data yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis semua variabel yang terlibat. Setelah itu, terdapat pembahasan dari data yang telah terkumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan alat analisis yang dipilih dengan didukung pembahasan hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini, berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dirumuskan dari pertanyaan penelitian yang telah ditulis di bab sebelumnya, implikasi manajerial, dan saran. Serta memaparkan tentang keterbatasan dalam penelitian.